



**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI
KUALITAS, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK “AYU FATMA”
*COLLECTION KUDUS***

Diajukan oleh :

MUHAMMAD TRIYONO

NIM. 2014-11-363

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI
KUALITAS, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK “AYU FATMA” *COLLECTION* KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2018

Mengetahui
Ketua ProgDi


Agung Subono, SE, M.Si.
NIDN. 0520017602

Pembimbing I


Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM.
NIDN. 0615076301

Mengetahui
Dekan,


Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II


Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
NIDN. 0618066201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya”.

(QS. Al-Baqoroh :45-46)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(HR.Turmudzi)

“Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah”.

(Imam bin Al Qayim)

Kupersembahkan Skripsi ini kepada :

1. Bapak dan ibu yang telah membesarkanku dan mendidikku tanpa lelah dan pamrih.
2. Keluargaku semuanya yang telah banyak memberikan dukungan.
3. Sahabat-sahabatku semuanya yang telah meramaikan hari-hariku.
4. Almamaterku Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas nikmat Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan karunia-Nya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk “Ayu Fatma” Collection Kudus**. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dengan selesainya skripsi ini, maka saya tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan ijin, bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.

5. Seluruh responden yaitu konsumen produk “Ayu Fatma” *Collection* di Kabupaten Kudus.
6. Teman-teman di program studi Manajemen, yang telah memberikan dukungan dan bantuannya.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amiin.

Kudus, 2018
Penulis

MUHAMMAD TRIYONO
NIM. 2014-11-363

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KUALITAS, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK “AYU FATMA” *COLLECTION* KUDUS

MUHAMMAD TRIYONO
NIM. 2014-11-363

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen terhadap kualitas keputusan pembelian produk “Ayu Fatma” *Collection* Kudus secara parsial maupun berganda. Dimana diajukan tiga variabel independen dan satu variabel dependen, yaitu motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Penelitian ini dilakukan melalui studi kasus yang didukung dengan metode survei terhadap outlet “Ayu Fatma” *Collection* Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen terhadap kualitas keputusan pembelian produk “Ayu Fatma” *Collection* Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas keputusan pembelian produk “Ayu Fatma” *Collection* Kudus baik secara parsial maupun berganda. Sikap positif yang dimiliki oleh konsumen perlu dipertahankan dengan terus berinovasi terhadap kualitas dan keunggulan produk sehingga akan meningkatkan sikap konsumen untuk tetap setia pada produk “Ayu Fatma” *Collection* Kudus.

Kata kunci: motivasi konsumen, persepsi kualitas, sikap konsumen dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

ANALYSIS OF EFFECT OF CONSUMER MOTIVATION, QUALITY PERCEPTION, AND CONSUMER ATTITUDE TO DECISION PURCHASE OF PRODUCT "AYU FATMA" COLLECTION KUDUS

MUHAMMAD TRIYONO
NIM. 2014-11-363

Guidance Lecturer : 1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

2. This study aims to analyze the influence of consumer motivation, quality perceptions and consumer attitudes toward the quality of purchasing decisions "Ayu Fatma" Collection products partially or multiple. Where is proposed three independent variable and one dependent variable, that is consumer motivation, quality perception and consumer attitude as independent variable and purchase decision as dependent variable. This study was conducted through case studies supported by survey method of the "Ayu Fatma" collection of Kudus Collection and analyzed by regression. The first stage examines the validity and reliability of each variable question. The second stage, regressing consumer motivation, perception of quality and consumer attitudes toward quality of product purchase decision "Ayu Fatma" Collection Kudus.

3.

4. The results showed that consumer motivation, perception of quality and consumer attitudes have a significant positive effect on the quality of product purchase decision "Ayu Fatma" Collection Kudus either partially or multiple. Positive attitudes possessed by consumers need to be maintained by continuously innovating the quality and superiority of the product so that it will improve consumer attitudes to remain loyal to the product "Ayu Fatma" Collection Kudus.

5. **Keywords:** consumers, quality perceptions, consumer attitudes and purchasing decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Konsep Motivasi Konsumen	9
2.2. Konsep Persepsi Kualitas	11
2.3. Konsep Sikap Konsumen	14
2.4. Konsep Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian	19
2.5. Hubungan Antar Variabel	28

2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
2.8. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Rancangan Penelitian	36
3.2. Variabel Penelitian	36
3.3. Definisi Operasional Variabel	37
3.4. Jenis dan Sumber Data	39
3.5. Populasi dan Sampel.....	40
3.6. Metode Pengumpulan Data	41
3.7. Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
3.8. Pengolahan Data	46
3.9. Metode Analisa Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Penyajian Data	52
4.2. Analisis Data	57
4.3. Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. Kesimpulan.....	66
5.2. Saran-saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Konsumen.....	43
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	44
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen.....	44
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 3.5. Hasil Pengujian Reliabilitas	46
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur	52
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Status Perkawinan..	53
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Motivasi Konsumen.....	54
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas.....	55
Tabel 4.9. Frekuensi Variabel Sikap Konsumen.....	56
Tabel 4.10. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi	58
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$).....	61
Tabel 4.13. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.Kerangka Pikir Teoritis	33



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil *Try Out*
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 5. Frekuensi Data
- Lampiran 6. Hasil Regresi
- Lampiran 7. Tabel T, F, R

